

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 25.06.2025 11:58:04
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fec3ad1bf35f08

УП: 41.03.01 Зарубеж
регион УПвМД
2025.plx

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
ФГБОУ ВО «ТВЕРСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»



Рабочая программа дисциплины

Деловой английский язык

Закреплена за кафедрой:	Герменевтической лингводидактики и английской филологии
Направление подготовки:	41.03.01 Зарубежное регионоведение
Направленность (профиль):	Управление проектами в международной деятельности
Квалификация:	Бакалавр
Форма обучения:	очная
Семестр:	5,6,7

Программу составил(и):

канд. филол. наук, доц., Борисова Вероника Алексеевна

Тверь, 2025

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины (модуля):

Целью освоения дисциплины «Деловой английский язык» является формирование у обучающихся компетенций, которые позволяют им углубить профессиональное владение ведением официальной документации на английском языке и перевода документов с английского языка на русский.

Задачи :

Задачами освоения дисциплины являются углубление знаний и совершенствование компетенций, сформированных в процессе обучения иностранному языку.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ОП: Б1.В

Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Для успешного освоения данного курса студент должен знать экономические, политические и культурные процессы и реалии стран изучаемого региона и Российской Федерации, основные понятия и теоретические положения переводоведения, особенности текстов различных функциональных стилей; уметь использовать на практике теоретические знания в области перевода, выражать собственную точку зрения и аргументировать ее на изучаемом языке, понимать и анализировать информацию на изучаемом языке; владеть лексикой и грамматикой на уровне B1 – B2 по общеевропейскому языковому стандарту

Ведение деловых переговоров

Иностранный язык

Практикум по переводу деловой документации

Практикум по иностранному языку

Русский язык и деловая коммуникация

Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Дисциплина связана с изучением таких дисциплин, как «Иностранный язык», «Практикум по иностранному языку», «Практикум по переводу деловой документации», «Русский язык и культура речи».

Практикум по переводу деловой документации

Основы переводческой деятельности

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость	10 ЗЕТ
Часов по учебному плану	360
в том числе:	
самостоятельная работа	171
часов на контроль	27

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

ПК-1.1: Правильно использует маркеры социальных отношений, выбирает регистр (официальный/неофициальный) общения, соответствующий конкретной ситуации, выстраивает коммуникации в соответствии с социально-культурными нормами

ПК-1.2: Применяет нормы и правила ведения личной и официальной переписки на языке региона специализации, грамотно использует адекватные языковые конструкции

ПК-1.3: Корректно переводит организационные документы (уставы, должностные инструкции); личные документы (резюме, справки, характеристики, обращения, доверенность); правовые акты (договора и соглашения)

5. ВИДЫ КОНТРОЛЯ

Виды контроля в семестрах:	
экзамены	7
зачеты	5, 6

6. ЯЗЫК ПРЕПОДАВАНИЯ

Язык преподавания: русский.

7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

№	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Сем.	Часов	Примечание
	Раздел 1. Глобализация: проблемы и преимущества / грамматика – сравнительные структуры				
1.1		Пр	5	9	
1.2		Лек	5	8	
1.3		Ср	5	3	
	Раздел 2. Выход бизнеса на новые рынки				
2.1		Пр	5	10	
2.2		Лек	5	10	
2.3		Ср	5	2	
	Раздел 3. Бренды				
3.1		Лек	5	4	
3.2		Пр	5	4	
3.3		Ср	5	5	
	Раздел 4. Рыночное пиратство				
4.1		Лек	5	2	
4.2		Пр	5	2	
4.3		Ср	5	3	

	Раздел 5. Международная торговля				
5.1		Лек	5	3	
5.2		Пр	5	3	
5.3		Ср	5	3	
	Раздел 6. Инновационная деятельность				
6.1		Пр	5	4	
6.2		Ср	5	6	
6.3		Лек	5	5	
	Раздел 7. Организации				
7.1		Лек	5	2	
7.2		Пр	5	2	
7.3		Ср	5	2	
	Раздел 8. Деньги				
8.1		Лек	6	4	
8.2		Пр	6	4	
8.3		Ср	6	6	
	Раздел 9. Охрана здоровья				
9.1		Лек	6	9	
9.2		Пр	6	9	
9.3		Ср	6	12	
	Раздел 10. Кинематографическое искусство				
10.1		Лек	6	7	
10.2		Пр	6	7	
10.3		Ср	6	10	
	Раздел 11. Профессия и работа				
11.1		Лек	6	8	
11.2		Пр	6	8	

11.3		Ср	6	14	
	Раздел 12. Мировая экономическая география				
12.1		Лек	6	2	
12.2		Пр	6	2	
12.3		Ср	6	6	
	Раздел 13. Договор как тип текста				
13.1		Лек	7	4	
13.2		Пр	7	4	
13.3		Ср	7	17	
	Раздел 14. Предмет контракта. Цена и общая сумма контракта				
14.1		Лек	7	2	
14.2		Пр	7	2	
14.3		Ср	7	17	
	Раздел 15. Принципы написания и передачи в переводе адреса, названий компаний, названий должностей				
15.1		Лек	7	2	
15.2		Пр	7	2	
15.3		Ср	5	11	
	Раздел 16. Сроки поставки. Сдача-приемка товара				
16.1		Лек	7	1	
16.2		Пр	7	1	
16.3		Ср	7	5	
	Раздел 17. Страхование				
17.1		Лек	7	2	
17.2		Пр	7	2	
17.3		Ср	7	12	
	Раздел 18. Инновационная деятельность				
18.1		Лек	7	2	

18.2		Пр	7	2	
18.3		Ср	5	5	
	Раздел 19. Организации				
19.1		Лек	7	2	
19.2		Пр	7	2	
19.3		Ср	7	12	
	Раздел 20. Интервью / Собеседование				
20.1		Лек	7	1	
20.2		Пр	7	1	
20.3		Ср	7	10	
	Раздел 21. Переписка, сопутствующая заключению договора и выполнению обязательств по договору				
21.1		Лек	7	1	
21.2		Пр	7	1	
21.3		Ср	7	10	
21.4		Экзамен	7	27	

Образовательные технологии

Информационные (цифровые) и дискуссионные технологии с использованием методов мозгового штурма, тренинга.

Возможно применение дистанционных образовательных технологий.

Список образовательных технологий

1	Метод case-study
2	Проектная технология

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации

Раздел 1. Глобализация

Тема эссе/реферата

Решение проблем международной компании в связи с процессами глобализации (реферат)

Контрольные вопросы/задания/этапы выполнения

Положительное влияние глобализации на деятельность международного глобального бизнеса

Отрицательные стороны глобализации на местном уровне

Проблемы брендов, связанные с глобализацией бизнеса

Раздел 2. Выход бизнеса на новые рынки

Тема эссе/реферата /презентации

Лидирующий бренд: характеристики, рыночные проблемы (эссе)

Деловые поездки (презентация)

Реклама (презентация)

Контрольные вопросы/задания/этапы выполнения

История бренда как маркетинговый ход

Люксовые бренды и возможности рынка

Составление адженды руководителя в период деловой поездки (проект с презентацией)

Составление плана рекламной компании

Раздел 3. Бренды

Тема эссе/реферата

Разработка и презентация рекламной кампании нового бренда

Контрольные вопросы/задания/этапы выполнения

Замысел бренда, его маркетинговая ниша, обоснование ценовой политики; целевая аудитория; тип рекламной компании

Раздел 4. Рыночное пиратство

Тема эссе/реферата

Региональные и бизнес особенности рыночного пиратства. (реферат)

Контрольные вопросы/задания/этапы выполнения

Пиратство в сфере материальной собственности

Пиратство в сфере интеллектуальной собственности

Раздел 5. Международная торговля

Ведение переговоров о коммерческой сделке (реферат)

Тема эссе/реферата

Согласование изменений в бизнесе, подвергшемся недружественному поглощению (реферат/ ролевая игра)

Контрольные вопросы/задания/этапы выполнения

Контракт и типы контрактов

Типы оплаты за товар в сфере импорта-экспорта

Приобретение компаний, слияния и поглощения

Раздел 6. Инновационная деятельность

Тема эссе/реферата

Получение инновационного продукта (реферат по результатам работы в малой группе)

Контрольные вопросы/задания/этапы выполнения

Работа в команде, принципы строения команды, теория команд

Раздел 7. Организации

Тема эссе/реферата

Организация структуры, принципов деятельности и рабочей практики международной туристической фирмы (Презентация) Принципы структурирования бизнеса

Контрольные вопросы/задания/этапы выполнения

Структура капитала компании

Иерархическая и линейная организация деятельности компании

Раздел 8. Рабочая деятельность

Тема эссе/реферата

Личность руководителя компании: принципы отбора кандидата на руководящую должность

Планирование деловой поездки руководителя (презентация адженды)
Контрольные вопросы/задания/этапы выполнения
Задачи владельцев компании при выборе руководителя крупного подразделения.
Особенности личности, способные положительно или отрицательно повлиять на результаты деятельности компании

Раздел 9. Деньги

Тема эссе/реферата

Изыскание средств под новый инвестиционный проект (презентация)

Контрольные вопросы/задания/этапы выполнения

Составление бизнес- плана нового бизнес-проекта

1. Look at the statements below and the comments given on the opposite page by mobile phone retailers.
2. Which section (A, B, C or D) does each statement 1 – 7 refer to?
3. For each statement 1 – 7, mark one letter (A, B, C or D) on your Answer Sheet.
4. You will need to use some of these letters more than once.

A Market awareness of the mobile telephone has exploded and the retailer who specializes in mobile phones is seeing growth like never before. Admittedly, some customers buy their first mobile phone in the supermarket, but for advice, add-ons and particular services they turn to the specialist. There are a large number of mobile phone retailers and I can't help but feel the market only has room for four players. Undoubtedly, customer service is the factor that differentiates operators and I think this year we will probably see rationalisation in the sector.

B When I first started in the industry, mobile phones were retailing at a thousand pounds and were as large as box files. Now, prices are constantly being driven down and handsets are considerably more compact. There is intense competition between the network providers, and every time they lower their tariffs, more people come into the market. This will continue, and while retail dealers' profits will be affected dramatically, network providers will have to generate more revenue by offering internet provision and data services to the mobile user.

C Over a few years, prices have dropped sharply and technological advances have meant products have changed – and are changing. Successful retailers must try to keep on top of these developments and invest in the training of employees so they are able to offer impartial advice to customers. E-commerce is taking off but this won't necessarily replace traditional retail outlets. In order to stand out, you need innovative ideas on customer service. We don't believe in criticising other retailers, but there's nothing particularly exciting out there at present.

D The mobile phone business is behaving like the internet industry in take-up and the pace of innovation, and it's important not to be left behind. We must continue to innovate in delivering the product to the customer. In terms of service provision, you can draw comparisons between us and our closest rival, but clearly all the main mobile phone retailers have succeeded in taking the industry forward. Growth has accelerated rapidly and the mobile telephone has changed from simply being a business tool, to being a means of communication for everyone.

- 1 the need for retail staff to stay informed about the mobile phones they are selling
- 2 the belief that the market will not sustain the present number of mobile phone retailers
- 3 the use of mobile phones no longer being restricted to a specific group of people
- 4 the relationship between charges and the number of mobile phone users
- 5 a negative view of competing mobile phone retailers
- 6 a comparison between change in the mobile phone industry and that in a different sector
- 7 those services available at mobile phone outlets that are not provided by other retailers.

6 семестр

1. Read the advice below about the use of technology in presentations.
2. Choose the best word to fill each gap from A, B, C or D on the opposite page.
3. For each question 19 – 33, mark one letter (A, B, C or D) on your Answer Sheet.
4. There is an example at the beginning, (0).

Most presentations today (0) . . . B . . . on the use of some sort of technology, such as a laptop computer linked to a projector. While this technology can help to (19) presentations better, it also has a (20) of getting in the way. As a general (21), it is better to (22) on the content of a presentation as a means of (23) your audience's attention, rather than relying on sophisticated equipment.

Bear in mind that when an organization invites (24) for a contract, they may (25) four or five presentations from different companies on the same day. Each of these companies will probably be using the same computer graphics (26) and the same equipment. The chances are the presentations will be similar too.

That's why the content and (27) of what you say are important. Think about what you want to say and how to say it as clearly as possible. As a first step, you need to (28) the main points you want to get across. Audiences are easily bored and (29) to remember only the most entertaining, exciting or unusual ideas.

Next create your materials, choosing the images for your presentation carefully. Remember you do not want to stop your audience from listening to you, nor do you want to (30) them. Finally, make all the necessary (31) for the equipment you need. If technology is to be an important (32) of your presentation, make sure you know how to use it (33) and test it out beforehand.

- 19 A produce B make C construct D build
- 20 A behavior B habit C practice D routine
- 21 A method B law C rule D course
- 22 A focus B define C target D direct
- 23 A gaining B acquiring C collecting D taking
- 24 A requests B calls C bids D commands
- 25 A appoint B programme C schedule D catalogue
- 26 A parcels B packets C bundles D packages
- 27 A formation B design C structure D system
- 28 A catalogue B label C mark D identify
- 29 A point B tend C lead D move
- 30 A disorder B mistake C confuse D complicate
- 31 A appointments B procedures C arrangements D organizations
- 32 A share B role C function D element
- 33 A precisely B suitably C properly D accurately

7 семестр

1. Read the article below about a survey of businesswomen staying in hotels.
2. Choose the best sentence from the opposite page to fill each of the gaps.
3. For each gap 8 – 12, mark one letter (A – G) on your Answer Sheet.
4. Do not use any letter more than once.
5. There is an example at the beginning, (0).

Hoteliers should take note because they are facing serious criticism! Women account for more than half of all business travellers, but hotels are not doing enough for them. (0) G
 These show that the number of complaints made about the way women guests are treated is increasing.

The Bartonsfield Hotel in London also conducted a recent survey of UK businesswomen, which reveals that 70% feel they receive an inferior service. (8) The attitude of hotel staff made them feel out of place in public areas; for example, 62% chose to eat in their rooms because they were made to feel uncomfortable by staff when dining alone. (9)

Four years ago, for example, a similar survey had revealed that a significant number of women travelling alone and wishing to use the hotel restaurant were actually turned away. Many of the suggestions for improved services put forward by the Business Travel Association are relatively simple. (10) Placing tables in restaurants in a way that allows the head waiter to introduce guests to one another, so they choose to sit together over a meal, was a further suggestion. Guests in the dining room would then have the opportunity to meet up with others

who might, for example, be attending the same conference, or have the same business interests.

Wendy Manning, executive manager of the Bartonsfield Hotel, agreed with the Business Travel Association that hotel star ratings should be influenced by the level of service they offer to female business guests. (11) 'Our survey highlighted the unwillingness of many women to air their views if they are treated badly,' Wendy Manning pointed out. A group of influential businesswomen recently met to discuss the results of the Business Travel Association questionnaire. They suggested that businesswomen should not hesitate to make it clear if they have a problem. (12) Once clients have gone, it is all too easy for the issue to be ignored by hotel managers, and it will also be forgotten by the overworked business executives themselves.

A The hotel staff assumed they should be booked into the same room.

B But there is clear evidence that things are slowly improving.

C This would enable women to make an informed choice about a hotel, and they would not be placed in the uncomfortable position of having to complain about poor service.

D It is advisable for them to do this during their stay rather than waiting until they check out. E Making sure that facilities in guest bedrooms cater equally for the needs of male and female guests is one such idea.

F Most of the women, when questioned further, thought that the reason for this was that they were female and travelling alone.

G This is evident from the results of a questionnaire distributed to hotel guests by the Business Travel Association.

8.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации

Планируемый образовательный результат (компетенция, индикатор)

ПК-1.2. Применяет нормы и правила ведения личной и официальной переписки на языке региона специализации, грамотно использует адекватные задаче языковые конструкции

Формулировка задания

Письменный перевод с английского языка на русский текстов, построенных на изученном лексическом и грамматическом материале

Вид и способ проведения промежуточной аттестации

Письменная контрольная работа

Критерии и шкала оценивания

Не владеет навыками ведения официальной и деловой документации на языке региона специализации – 1 балл

При составлении официальных и деловых документов не владеет правилами составления документов, допускает грубые лексические, грамматические, орфографические ошибки – 2 балла

Владеет нормами оформления документов официального и делового характера, но допускает многочисленные ошибки, затрудняющие понимание документа – 3 балла

Владеет нормами оформления документов официального и делового характера, но допускает незначительные ошибки – 4 балла

Владеет нормами оформления документов официального и делового характера – 5 баллов

8.3. Требования к рейтинг-контролю

Качество усвоения студентом дисциплины оценивается по 100-балльной шкале, при этом максимальная сумма рейтинговых баллов по дисциплине, заканчивающейся зачетом, составляет 100 баллов за семестр, экзаменов – 60 баллов за семестр. Итоговое количество баллов складывается из суммы баллов, полученных за семестр, и баллов, полученных на

зачете / экзамене.

Каждый семестр делится на два модуля (периода обучения), по окончании которых осуществляется контроль успеваемости. Явка студентов на мероприятия рейтингового контроля успеваемости обязательна как в очной, так и в дистантной форме проведения.

Модульный контроль проводится в письменной форме. Сроки проведения рейтингового контроля устанавливаются университетом. Рейтинговая оценка (баллы) по каждому модулю складывается из оценки текущей работы студента (работа на лекциях, подготовка и работа на практических занятиях, модульный контроль) и премиальных баллов. При этом доля баллов, выделенных на модульный контроль не превышает 50 % общей суммы баллов в модуле (не более 25 баллов из 50). Модульный контроль является обязательным при оценивании успеваемости студента и подведении итогов в семестре. Премиальные баллы начисляются студенту за активную учебную позицию на практических занятиях при условии их полной посещаемости.

Студент, набравший от 40 баллов и выше в семестре, получает отметку «зачтено». Обязательным условием получения зачета по дисциплине является прохождение модульного контроля. Студент, набравший до 39 баллов включительно и / или не прошедший модульный контроль, сдает зачет. При наличии подтвержденных документально уважительных причин, по которым были пропущены занятия (в т.ч. модульный контроль), студент имеет право отработать пропуски и получить баллы в рамках установленных баллов за модуль. Формат отработки пропусков обсуждается в индивидуальном порядке с учетом общей картины успеваемости студента при его личном обращении. Ликвидация академической задолженности осуществляется в порядке, установленном университетом.

Рейтинговая система оценки на экзамене рассчитывается исходя из суммарного количества баллов, набранных студентом в течение семестра (в двух модулях) и на экзамене:

1 модуль – 30 баллов;

2 модуль – 30 баллов;

экзамен – 40 баллов.

Оценка «отлично» выставляется от 85 баллов и выше, «хорошо» - от 70 до 84 баллов, «удовлетворительно» - от 40 до 69 баллов. Оценка «не удовлетворительно» выставляется, если студент набрал менее 39 баллов суммарно в двух модулях и на экзамене. Ликвидация академической задолженности осуществляется в соответствии с положением ТвГУ.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Рекомендуемая литература

Основная

Шифр	Литература
Л.1.1	Чикилева, Английский язык для публичных выступлений (B1-B2). English for Public Speaking, Москва: Юрайт, 2024, ISBN: 978-5-534-08043-8, URL: https://urait.ru/bcode/537378
Л.1.2	Краснова, Вичугов, Английский язык для специалистов в области интернет-технологий. English for Internet Technologies, Москва: Юрайт, 2024, ISBN: 978-5-534-16921-8, URL: https://urait.ru/bcode/540555

Перечень программного обеспечения

1	Google Chrome
2	OpenOffice
3	Adobe Acrobat Reader

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1	ЭБС ТвГУ
2	ЭБС «Лань»
3	Репозиторий ТвГУ

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Аудит-я	Оборудование
2-403	учебная аудитория
2-404	учебная аудитория

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания для студентов по выполнению творческих работ (написание эссе)

Эссе студента – это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем (тема может быть предложена и студентом, но обязательно должна быть согласована с преподавателем). Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. Написание эссе позволяет автору научиться четко и грамотно формулировать мысли, структурировать информацию, использовать основные категории анализа, выделять причинно-следственные связи, иллюстрировать понятия соответствующими примерами, аргументировать свои выводы. Помогает овладеть научным стилем речи.

Эссе должно содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме. В зависимости от специфики дисциплины формы эссе могут значительно дифференцироваться. В некоторых случаях это может быть анализ имеющихся статистических данных по изучаемой проблеме, анализ материалов из средств массовой информации, подробный разбор предложенной задачи и т.д.

Методические указания для студентов по подготовке презентации

Презентация – официальное представление заинтересованной аудитории некоторой еще неизвестной или малоизвестной информации о событии или продукте.

Структура презентации:

1) Вступление

1.1. Поздоровайтесь и представьтесь.

1.2. Назовите тему сообщения.

1.3. Поясните, почему именно вы представляете данную тему.

1.4. Подчеркните выгоды, которые получит аудитория, выслушав вас.

1.5. Представьте план вашего выступления.

1.6. Скажите, когда вы будете готовы отвечать на вопросы.

1.7. Начинайте с пункта 1 вашего плана.

2) Основная часть (этот цикл может повторяться несколько раз в зависимости от количества ключевых идей)

2.1. Опишите ситуацию/проблему.

2.2. Сформулируйте ключевую идею № 1 (2, 3...).

- 2.3. Скажите о том, что это даст вашей аудитории (выгода).
- 2.4. Приведите доказательства (примеры, статистику...).
- 2.5. Суммируйте ключевую идею и выгоду в одном предложении.
- 2.6. Переходите к следующей идее или к заключению.

3. Заключение

- 3.1. Скажите о том, что вы переходите к заключительной части.
- 3.2. Суммируйте ключевые идеи.
- 3.3. С уверенностью и оптимизмом говорите о будущем.
- 3.4. Поблагодарите аудиторию за внимание.
- 3.5. Предложите контактную информацию.
- 3.6. Переходите к ответам на вопросы.

На презентации присутствующие лучше запомнят, если вы:

- начнете свою речь с главных моментов, а потом повторите их в конце;
- используете какой-нибудь необычный прием;
- свяжете новую для аудитории информацию с тем, что вашим слушателям

известно, т.е. откроете «нужный файл» в их памяти;

- включите в свою речь регулярное повторение основных вопросов;
- будете говорить с воодушевлением и заразите слушателей своим энтузиазмом;
- будете обращаться к аудитории с вопросами, в том числе и риторическими;
- заранее приготовитесь к возможным вопросам и продумаете формулировку

ответов;

- заканчивая речь, вкратце повторите ее основные моменты.